



Director, Marketing Strategy & Content
BGC Canada

Community-based services. Positive relationships. Life-changing programs. As Canada's largest child and youth-serving charitable organization, BGC Canada (formerly Boys & Girls Clubs of Canada) provides vital programs and services to 200,000 young people in nearly 800 communities across Canada. If a young person needs it, BGC Clubs provide it. To learn more, click here: [Meet BGC](#)

One year ago, Boys & Girls Clubs of Canada changed its name to become BGC Canada (BGC). Not to be trendy. Not because it's shorter or catchier. But because Clubs across the country open their doors to *all* kids and teens and BGC believes its name should reflect that. Removing gender from the name modernizes the BGC brand and echoes the inclusive practices that they are known for without straying too far from its history and national brand awareness. It also embraces the fact that BGC serves young people of all ages, backgrounds, and identities.

New name, same legacy: 120+ years of creating opportunities for millions of Canadian kids and teens. Watch here for BGC's latest brand campaign: [No.More.Barriers](#)

It is within this context that BGC Canada is seeking a **Director, Marketing Strategy & Content**. This vital role will be responsible for expanding external awareness and elevating understanding of BGC's impact with Canadians through the development of smart marketing strategies, engaging content development and impactful public relations.

Reporting directly to the Vice President, Marketing & Development, the Director will have responsibility for developing and driving strategies and content that further brand awareness and relevance to the broad-based audience BGC is trying to reach. This role will also take ownership of thought leadership development and for the cadence by which it is shared with external audiences. The Director will leverage BGC's digital eco-system, particularly social media channels, and develop metrics that help determine whether success has been achieved. The Director will also have the goal of amplifying the voices of its key leaders and establishing BGC as the leading voice for major media stories in Canada relating to youth issues.

As an ideal candidate, you possess at least seven years of professional experience in digital marketing, journalism/editorial or communications along with a demonstrated track record of success creating thought leadership and breakthrough content that positively impacts the brand and awareness of an organization. You are known for your exceptional writing skills, and you are viewed as a standard-bearer of brand voice. These skills are complimented by experience working with public policy and research professionals in the development of well-informed and meaningful content. Furthermore, your experience developing, implementing, and maintaining best practices and standards related to content development, writing and editing, and crisis communications will be of critical importance in this role. Finally, you are considered a leader and a strategic thinker, a resilient problem solver, calm under pressure, and you have a genuine desire to make a difference in the lives of children and youth.

This role is ideally based in Toronto: applicants must be able to reasonably commute to Toronto – work may be based in a home office or office space may be provided at the Toronto office of BGC Canada. The



salary band for the Director starts at \$110,000, plus benefits. Salary will be based on relevant experience related to the role within the salary band for the role.

If you are interested in joining the BGC team, we would like to hear from you. To apply for this position, please click here: boyden.thriveapp.ly/job/1733. For more information, please contact Paul Marshall at pmarshall@boyden.com and include “**Director, Marketing Strategy & Content**” in the subject line of your e-mail.

We thank all applicants for their interest, however only those under consideration for the role will be contacted.

BGC Canada is committed to providing an inclusive workplace that embraces diversity, values differences and supports the full participation of all employees. BGC Canada offers accommodations to applicants with disabilities throughout our hiring process, upon request. BGC Canada requires individuals that work in interactive roles such as this one to be vaccinated against COVID-19 and the successful applicant will need to provide proof of vaccination.

Directrice ou directeur, Stratégie de marketing et contenu
BGC Canada

Services communautaires. Relations positives. Programmes transformateurs. BGC Canada est le plus important organisme caritatif de services aux enfants et aux adolescents au pays et offre des programmes et des services essentiels à 200 000 jeunes dans près de 800 collectivités au Canada. Les Clubs BGC sont à l'écoute des jeunes. Pour en apprendre plus, cliquez ici : [**Voici BGC.**](#)

Il y a un an, Repaires Jeunesse du Canada/Boys and Girls Clubs of Canada devenait BGC Canada (BGC). Pas pour être à la mode. Pas parce que c'est plus court ou plus accrocheur. Mais plutôt parce que les Clubs du pays ouvrent leurs portes à *tous* les enfants et à *tous* les adolescents, et à BGC nous croyons qu'il est crucial que le nom reflète cette réalité. Retirer toute référence aux genres dans le nom de l'organisme permet de moderniser la marque BGC et de refléter les pratiques inclusives pour lesquelles l'organisme est reconnu, et ce, sans trop s'éloigner de son histoire et de la notoriété déjà acquise de la marque. Ce changement illustre aussi le fait que BGC sert les jeunes de tous les âges, aux identités et aux parcours variés.

Nouveau nom, même héritage : depuis plus de 120 ans, BGC crée des possibilités pour des millions d'enfants et d'adolescents canadiens. Regardez ici la dernière campagne de marque de BGC : [Bye. Bye. Obstacles.](#)

C'est dans ce contexte que BGC Canada est à la recherche d'**une directrice ou un directeur, Stratégie de marketing et contenu**. La personne titulaire de cet important poste est chargée de faire connaître davantage BGC et de mieux faire comprendre ce que BGC apporte aux Canadiens grâce au développement de stratégies de marketing avisées, au contenu mobilisateur et à des relations publiques fructueuses.

Relevant directement de la vice-présidente, Marketing et développement, la directrice ou le directeur sera responsable d'élaborer et d'orienter les stratégies et le contenu qui feront mieux connaître la marque et intéresseront le public que BGC tente de joindre. De plus, cette personne prendra en main le développement d'un leadership éclairé et le rythme auquel ce leadership sera partagé avec le public externe. La directrice ou le directeur misera sur l'écosystème numérique de BGC, en particulier les médias sociaux, et élaborera des méthodes de mesure qui permettront de définir la qualité des résultats obtenus. Cette personne aura aussi comme objectif de faire entendre la voix de ses principaux leaders et d'imposer BGC comme porte-parole sur les sujets importants qui font l'objet de reportages dans les médias canadiens et qui concernent les jeunes.

À titre de candidate ou de candidat idéal, vous possédez au moins sept ans d'expérience professionnelle en marketing numérique, journalisme/rédaction ou communications, et vous avez fait vos preuves en création de leadership éclairé et de contenu audacieux qui a des effets positifs sur la marque et la sensibilisation du public pour un organisme. On vous reconnaît pour vos compétences exceptionnelles en rédaction, et l'on vous considère comme le porte-drapeau d'une marque. À cela s'ajoute une expérience de travail auprès de professionnels des politiques publiques et de la recherche pour élaborer du contenu informé et pertinent. En outre, votre expérience en matière de développement, de mise en œuvre et de maintien de pratiques exemplaires et de normes liées au développement de contenu, à la



rédaction et la révision, et aux communications en cas de crise sera d'une importance cruciale à ce poste. Enfin, on vous considère comme un leader et un fin stratège, et une personne qui résout efficacement les problèmes et qui reste calme sous la pression. De plus, vous avez un réel désir d'apporter un changement positif dans la vie des enfants et des adolescents.

Ce poste est idéalement situé à Toronto : les personnes intéressées par le poste doivent pouvoir se rendre dans la ville sans problème. Le travail peut se faire de la maison, ou un local sera fourni au bureau torontois de BGC Canada. L'échelle salariale pour le poste de directrice ou de directeur commence à 110 000 \$ et est assorti d'avantages sociaux. Le salaire est fondé sur l'expérience pertinente et établi selon l'échelle salariale du poste.

Si vous êtes intéressé à vous joindre à l'équipe de BGC Canada, nous vous invitons à communiquer avec nous. Pour proposer votre candidature, veuillez cliquer ici : boyden.thriveapp.ly/job/1733. Pour obtenir davantage de renseignements, veuillez communiquer avec Paul Marshall, à pmarshall@boyden.com et indiquer « **Directrice ou directeur, Stratégie de marketing et contenu** » dans l'objet de votre courriel.

Nous remercions toutes les candidates et tous les candidats de leur intérêt pour ce poste, mais nous ne communiquerons qu'avec les personnes retenues pour la suite du processus.

BGC Canada se fait un devoir de fournir un lieu de travail inclusif qui soutient la diversité, valorise les différences et encourage la pleine participation de tous les employés. BGC Canada offre tout au long du processus d'embauche, et sur demande, des mesures d'adaptation aux candidats ayant un handicap. BGC Canada exige que les personnes dont le travail comporte des interactions sociales comme c'est le cas pour ce poste, soient vaccinées contre la COVID-19. La candidate ou le candidat retenu devra fournir une preuve de vaccination.